Susan Sontag

Note su "*Camp*"[1]

Molte cose al mondo non hanno un nome, e molte, anche se il nome ce l'hanno, non sono mai state descritte. Una di queste è la sensibilità – inconfondibilmente moderna, una variante della sofisticazione anche se con essa difficilmente si identifica – che va sotto il nome di *Camp*.

Una sensibilità (in quanto si distingue da un'idea) è una cosa di cui è estremamente difficile parlare, ma ci sono anche ragioni speciali che hanno sinora impedito che ci si occupasse di *Camp*. Esso non è un tipo di sensibilità naturale, ammesso che una sensibilità naturale possa esistere. Anzi, l'essenza di *Camp* è il suo amore per l'innaturale, per l'artificio, per l'eccesso. In più *Camp* è esoterico, una specie di cifrario privato, addirittura un distintivo di riconoscimento tra piccole cricche urbane. A parte due pigre pagine d'appunti nel romanzo *The World in Evening* (1954) di Christopher Isherwood, non è quasi mai arrivato alla stampa.

Parlare di *Camp* equivale quindi a tradirlo. E se il tradimento può essere difeso, lo sarà per l'edificazione che apporta o per la dignità del conflitto che risolve. Personalmente, adduco a scusanti la meta dell'auto edificazione e lo stimolo di un aspro conflitto all'interno della mia sensibilità. Sono enormemente attratta da *Camp* e ne sono quasi altrettanto offesa. È per questo che voglio e posso parlarne. Chi infatti partecipa di tutto cuore di una data sensibilità non può analizzarla; può soltanto, qualunque siano le sue intenzioni, esibirla. Dare un nome a una sensibilità, tracciarne i contorni e raccontarne la storia richiede una simpatia profonda rettificata da un senso di revulsione.

Benché il mio discorso concerna soltanto una sensibilità – e una sensibilità che, tra le altre cose, tramuta il serio in frivolo – queste sono faccende importanti. La maggior parte della gente considera la sensibilità o il gusto territori di preferenze puramente soggettive, di attrazioni misteriose, soprattutto sensuali, che non sono state assoggettate alla sovranità della ragione. Essi *permettono* che considerazioni di gusto influiscano sulle loro reazioni di fronte a persone o opere d'arte. Ma questo è un atteggiamento ingenuo. E anche peggio. Trattare con condiscendenza la facoltà del gusto significa trattare con condiscendenza se stessi. È infatti il gusto che governa ogni libera reazione umana, usando l'aggettivo "libera" in contrapposizione all'aggettivo "automatica". Non c'è nulla che sia più decisivo. C'è gusto per le persone, gusto visivo, gusto per i sentimenti; e c'è anche gusto per le azioni, per la moralità. La stessa intelligenza è una forma di gusto: gusto per le idee. (Uno dei fatti di cui bisogna tener conto è che il gusto tende a svilupparsi in modo molto ineguale. È raro che una stessa persona abbia buon gusto visivo e buon gusto per le persone e gusto per le idee).

Il gusto non è inquadrato in un sistema e non può essere dimostrato. Ma ha una sorta di logica: la sensibilità coerente che sottende un certo gusto e gli dà origine. Una sensibilità è quasi, ma non del tutto, ineffabile. Qualunque sensibilità che possa essere ficcata nello stampo d'un sistema, o maneggiata con i grossolani utensili della prova, non è più una sensibilità. Si è consolidata in un'idea...

Per intrappolare una sensibilità, specialmente se viva e vigorosa, in parole bisogna dunque essere guardinghi e delicati.[2] La forma della serie d'appunti mi è parsa più adatta di quella del saggio (che richiede un'argomentazione lineare, consecutiva) all'annotazione di qualche aspetto di questa particolare sensibilità. È imbarazzante trattare

---

[1] [Nota di Bettini: testo scritto nel 1964, ora in *Contro l'interpretazione*, trad. Ettore Capriolo, Mondadori, Milano 1967 (*Against Interpretation*, Univ. of California), pp. 359-383].

[2] La sensibilità di un'epoca non ne è soltanto l'aspetto più decisivo, ma anche il più perituro. Si possono cogliere le idee (la storia intellettuale) e il comportamento (la storia sociale) di un'epoca senza mai occuparsi della sensibilità o del gusto che ispirarono quelle idee e quel comportamento. Sono pochissimi gli studi storici – come quello di Huizinga sul tardo Medio Evo o di Febvre sulla Francia del Cinquecento – che ci raccontano qualcosa sulla sensibilità del periodo preso in esame.

di *Camp* con solennità sistematica. Si corre il rischio di produrre a nostra volta un mediocrissimo esempio di *Camp*.

Questi appunti sono dedicati a Oscar Wilde.

> "Bisognerebbe essere un'opera d'arte, o indossare un'opera d'arte".
> *Phrases & Philosophies for the Use of the Young*

1. Per cominciare con un'affermazione molto generica: *Camp* è una forma particolare di estetismo. È un modo di vedere il mondo come fenomeno estetico. Questo modo, il modo di *Camp*, non si misura sulla bellezza ma sul grado d'artificio e di stilizzazione.

2. Mettere in rilievo lo stile significa trascurare il contenuto o introdurre un atteggiamento neutrale nei confronti del contenuto. Ovviamente la sensibilità *Camp* è disimpegnata e spoliticizzata, o perlomeno apolitica.

3. Non c'è solo una visione *Camp*, un modo *Camp* di guardare le cose. *Camp* è anche una qualità individuabile negli oggetti e nel comportamento delle persone. Ci sono film, vestiti, mobili, canzonette romanzi, individui ed edifici *campy*.

Questa distinzione è importante. L'occhio *Camp* ha effettivamente il potere di trasformare l'esperienza. Ma non tutte le cose possono essere viste come *Camp*. Non tutto è nell'occhio di chi guarda.

4. Esempi scelti a caso di articoli che fanno parte del canone di *Camp*:

> *Zuleika Dobson* di Max Beerbohm
> Lampade Tiffany
> Film *Scopitone*
> Il ristorante *Brown Derby* in Sunset Boulevard a Los Angeles
> *The Enquirer*, titoli e articoli
> Disegni di Aubrey Beardsley
> Il lago dei cigni
> Le opere di Bellini
> Le regie di Visconti per *Salomè* e *Peccato che sia una sgualdrina*
> Certe cartoline fine secolo
> *King Kong* di Schoedsack e Cooper
> La canzonettista cubana La Lupe
> *God's Man*, il romanzo in xilografie di Lynn Ward
> I vecchi fumetti di Gordon
> Gli abiti femminili degli anni Venti (boa di struzzo, vestiti di frange e perline, ecc.)
> I romanzi di Ronald Firbank e Ivy Compton-Burnett
> I film nudisti visti senza libidine.

5. Il gusto *Camp* ha un'affinità per certe arti più che per altre. Gli abiti, i mobili e tutti gli elementi del décor visivo, per esempio, ne costituiscono un elemento importante. Perché l'arte *Camp* è spesso arte decorativa che mette in rilievo il tessuto, la sensualità della superficie e lo stile a spese del contenuto. Ma la musica da concerto, essendo priva di contenuto, è raramente *Camp*. Non offre occasioni, poniamo, per un contrasto tra la balordaggine o la bizzarria del contenuto e la ricchezza della forma... Certe volte intere forme d'arte diventano sature di *Camp*. Lo sono parsi per molto tempo il balletto classico, l'opera e il cinema. Negli ultimi due anni è stata annessa a *Camp* la musica di consumo (quella post rock'-n'-roll, lo yé yé insomma). E la critica cinematografica (per esempio l'elenco dei "Dieci migliori brutti film che io abbia mai visto") è oggi probabilmente la massima divulgatrice del gusto *Camp*, perché la maggior parte della gente continua ad andare al cinema all'insegna dell'euforia e della mancanza di pretese.

6. In un certo senso è giusto dire: "È troppo buono per essere *Camp*". O "troppo importante", non abbastanza marginale. (Su questo punto ritorneremo). Cosi sono *Camp* la personalità e molte opere di Jean Cocteau, ma non quelle di André Gide; le opere di Richard Strauss, ma non quelle di Wagner; i prodotti di Tin Pan Alley e di Liverpool, ma non il jazz. Molti esempi di *Camp*, da un punto di vista "serio", sono arte cattiva o kitsch. Noi tutti però. Non solo *Camp* non è necessariamente arte cattiva, ma esistono opere d'arte che possono essere considerate *Camp* (per esempio, i film più importanti di Louis Feuillade) pur meritando la più seria ammirazione e il più serio studio.

> "Quanto più studiamo l'arte, tanto meno c'interessa la natura".
> *The Decay of Lying*

7. Tutti gli oggetti e le persone *Camp* hanno in sé un elemento importante di artificio. Non c'è nulla in natura che possa essere *campy*... Il *Camp* rurale è pur sempre fatto dall'uomo e gli oggetti *campy* sono quasi sempre urbani. (Anche se spesso mostrano una serenità - o un'ingenuità - che è l'equivalente del pastorale. A molto *Camp* si applica l'espressione di Empson "pastorale urbano").

8. *Camp* è una visione del mondo in termini di stile, ma di uno stile particolare. È l'amore per l'eccessivo, per l'eccentrico, per le cose-che-sono-come-non-sono. L'esempio migliore è l'Art Nouveau, il più tipico e il più compiuto degli stili *Camp*. Gli oggetti Art Nouveau trasformano, e questo è tipico, una cosa in qualcos'altro: gli impianti di illuminazione a forma di piante fiorite, il soggiorno che è in realtà una grotta. Un esempio notevole: gli ingressi del métro parigino disegnati da Hector Guimard negli ultimi anni del secolo scorso come steli d'orchidea in ghisa.

9. In quanto gusto per le persone, *Camp* risponde particolarmente a ciò che è decisamente attenuato e a ciò che è vigorosamente sottolineato. L'androgino è certo una delle grandi immagini della sensibilità *Camp*. Esempi: le figure svenevoli, sottili e sinuose della pittura e della poesia preraffaellite; i corpi esili, fluidi, asessuati delle stampe e dei manifesti Art Nouveau presentati in rilievo su lampade e portacenere; l'ossessionante vuoto androgino dietro la bellezza perfetta di Greta Garbo. Su questo punto, il gusto *Camp* tocca una delle verità più misconosciute del gusto: la forma più raffinata dell'attrazione sessuale (nonché del piacere sessuale) consiste nell'andar contro l'inclinazione del proprio sesso. Ciò che c'è di più bello negli uomini virili è qualcosa di femminile; ciò che c'è di più bello nelle donne femminili è qualcosa di maschile… Accanto al gusto per l'androgino, c'è in *Camp* qualcosa che sembra molto diverso ma non lo è: una predilezione per l'esagerazione delle caratteristiche sessuali e delle affettazioni della personalità. Per ragioni ovvie, i migliori esempi che si possono citare concernono i divi del cinema. La femminilità banale e vistosa di Jayne Mansfield, Gina Lollobrigida, Jane Russell, Virginia Mayo; la virilità eccessiva di Steve Reeves o Victor Mature. Le grandi virtuose del temperamento e della maniera, come Bette Davis, Barbara Stanwyck, Tallulah Bankhead, Edwige Feuillère.

10. *Camp* vede ogni cosa tra virgolette. Non una lampada, ma una "lampada"; non una donna, ma una "donna". Scorgere *Camp* negli oggetti e nelle persone significa intendere gli esseri come interpreti di un ruolo. È l'estensione estrema, sul terreno della sensibilità, della metafora che vede la vita come teatro.

11. *Camp* è il trionfo dello stile ermafrodita. (La convertibilità tra "uomo" e "donna", tra "persona" e "cosa"). Ma lo stile, cioè l'artificio, in fondo è sempre ermafrodita. La vita non ha stile. E neanche la natura.

12. Il problema non è "Perché il travestimento, la personificazione, la teatralità?", ma piuttosto: "Perché travestimento, personificazione e teatralità acquistano l'aroma particolare di *Camp*?". "Perché l'atmosfera delle commedie di Shakespeare (*Come vi piace*, eccetera) non è ermafrodita, e quella del *Rosenkavalier* sì?"

13. La linea di spartizione sembra cadere nel diciottesimo secolo. Ivi risiedono le origini del gusto *Camp* (romanzi gotici, *chinoiseries*, caricature, ruderi artificiali, eccetera). Ma i rapporti con la natura allora erano diversi. Nel Settecento le persone di gusto o la proteggevano (Strawberry Hill) o tentavano di trasformarla in qualcosa d'artificioso (Versailles). Erano instancabili nel proteggere il passato. Oggi il gusto *Camp* cancella la natura o la contraddice in modo esplicito. E i suoi rapporti con il passato sono estremamente sentimentali.

14. Una storia sommaria di *Camp* potrebbe naturalmente cominciare parecchio tempo prima, con i manieristi come Pontormo, Rosso Fiorentino e Caravaggio, con la pittura straordinariamente teatrale di Georges de La Tour o, in letteratura, con l'eufuismo (Lyly, eccetera). Ma il più solido punto di partenza sembra situarsi tra la fine del diciassettesimo e l'inizio del diciottesimo secolo, data la straordinaria sensibilità di quel periodo per l'artificio, i valori di superficie, la simmetria; e il suo gusto per il pittoresco e per il sensazionale, le sue eleganti convenzioni per rappresentare sentimenti immediati, e la presenza totale del personaggio: l'epigramma e il distico rimato (nelle parole), l'infiorazione (nei gesti e nella musica).

L'ultimo Seicento e il primo Settecento sono il grande periodo *Camp*: Pope, Congreve, Walpole, eccetera, ma non Swift; *les précieux* in Francia; le chiese rococò di Monaco; Pergolesi.

Un po' più tardi, tanta parte di Mozart. Nell'Ottocento però ciò che prima era stato distribuito fra tutta l'alta cultura diventa un gusto speciale: assume le tonalità dell'intenso, dell'esoterico, del satanico. Limitandoci alla sola storia d'Inghilterra, vediamo *Camp* continuare pallidamente nell'estetismo ottocentesco (Burne-Jones, Pater, Ruskin, Tennyson) fino a riemergere in pieno nelle arti visive e decorative con il movimento Art Nouveau e a trovare i suoi coscienti ideologi in *wits* come Wilde e Firbank.

15. Naturalmente, dicendo che tutte queste cose sono *Camp*, non si vuol sostenere chenon siano altro. Analizzato nei suoi particolari, ben difficilmente l'Art Nouveau, per esempio, potrebbe apparire un equivalente di *Camp*. L'Art Nouveau è pieno di contenuti, anche di tipo politico-morale; è stato un movimento artistico rivoluzionario suscitato da una visione utopistica (qualcosa di mezzo tra William Morris e il gruppo Bauhaus) e organica della politica e del gusto. Ma negli oggetti Art Nouveau c'è anche un elemento che suggerisce una visione disimpegnata, frivola, "estetizzante". E questo ci fa capire qualcosa d'importante sull'Art Nouveau; e sulla natura dell'ottica *Camp*, che si astrae dal contenuto.

16. Insomma la sensibilità *Camp* è consapevole del duplice senso in cui certe cose possono essere ricevute. Non si tratta però della consueta dicotomia tra significato letterale e significato simbolico, ma della differenza tra la cosa in quanto significa qualcosa, qualunque cosa, e la cosa come puro artificio.

17. Ciò risulta con chiarezza dall'uso volgare della parola *Camp* come verbo: "*to Camp*", qualcosa che la gente fa. *To Camp* è un modo di sedurre, impiegando tecniche vistose e suscettibili di una duplice interpretazione; gesti carichi di ambiguità, con un significato ironico per gli informati e un altro, più impersonale, per gli estranei. Nello stesso modo, e per estensione, quando la parola diventa un sostantivo, quando una persona o una cosa è "un *Camp*", entra in gioco un elemento di duplicità. Dietro il significato pubblico, "immediato", che si può dare a una cosa, si è individuata un'esperienza privata, e buffonesca, della cosa stessa.

> "Essere naturali è un atteggiamento così difficile da mantenere".
> *An Ideal Husband*

18. Bisogna distinguere tra *Camp* ingenuo e *Camp* intenzionale. Il puro *Camp* è sempre ingenuo. Il *Camp* che sa di essere tale (*Camping*), è di solito meno soddisfacente.

19. Gli esempi puri di *Camp* non sono intenzionali: sono estremamente seri. L'artigiano Art Nouveau che fabbrica una lampada con un serpente avvolto intorno non lo fa per scherzo, e neanche cerca di affascinarci. Dice soltanto, con tutta serietà: "Ecco l'Oriente!" Il vero *Camp* (per esempio le coreografie di Busby Berkeley per i film musicali della Warner Brothers all'inizio degli anni Trenta, come *42th Street* [*Quarantaduesima strada*, Lloyd Bacon, 1933], *Gold Diggers of 1933* [*La danza delle luci*, M. LeRoy, 1933], *Gold Diggers of 1935* [*Donne di lusso 1935*, B. Berkeley, 1935], *Gold Diggers of 1937* [*Amore in otto lezioni*, L. Bacon, 1936], *Dames* e *Footlight Parade*) non intende essere buffo. *Camping* (per esempio, le commedie di Noel Coward) invece sí. Ben difficilmente tanta parte del repertorio operistico tradizionale sarebbe *Camp* in modo così soddisfacente se i compositori non avessero preso sul serio le assurdità melodrammatiche di quasi tutti i loro libretti.

Non c'è bisogno di conoscere le intenzioni personali dell'artista. L'opera ci dice tutto. (Si confronti per esempio una tipica opera ottocentesca con *Vanessa* di Samuel Barber, un esempio di *Camp* costruito, calcolato, e la differenza apparirà con chiarezza).

20. Probabilmente l'intenzione di essere *campy* è sempre dannosa. La perfezione di *Trouble in Paradise* [*Mancia competente*, E. Lubitsch, 1932] e di *The Maltese Falcon* [*Il mistero del falco*, J. Huston, 1941], due dei più grandi film *Camp* che siano mai stati fatti, deriva dal modo sciolto e agevole con cui mantengono il loro tono. Ciò non accade in certi famosi film con ambizioni *Camp* degli anni Cinquanta, come *All About Eve* [*Eva contro Eva*, J. L. Mankiewicz, 1950] e *Beat the Devil* [*Il tesoro dell'Africa*, J. Huston, 1954]. Questi ultimi hanno dei buoni momenti, ma il primo è troppo labile e il secondo troppo isterico; vogliono talmente essere *campy* che continuano a perdere il ritmo...

Forse però il problema non è tanto in una contrapposizione tra effetti non intenzionali e intenzioni consapevoli, quanto nel delicato rapporto tra parodia e autoparodia. I film di Hitchcock illustrano perfettamente questo problema. Quando l'autoparodia manca di effervescenza e rivela (sia pure sporadicamente) il disprezzo per i propri temi e per i propri materiali – come in *To Catch a Thief* [*Caccia al ladro*, A. Hitchcock, 1955], *Rear Window* [*La finestra sul cortile*, A. Hitchcock, 1954], *North by Northwest* [*Intrigo internazionale*, A. Hitchcock, 1959] – i risultati sono forzati e grevi, e sono raramente *Camp*.

Il *Camp* riuscito – un film come *Drôle de dame* [*Lo strano caso del dottor Molineaux*, 1937] di Carné; le esibizioni sullo schermo di Mae West e Edward Everett Horton; parti del Goon Show – anche quando è autoparodistico, puzza sempre amor proprio.

21. Insomma, *Camp* poggia sull'innocenza. Ciò significa non soltanto che la rivela ma che, quando può, la corrompe. Gli oggetti, essendo oggetti, non cambiano quando vengon prescelti dalla visione *Camp*. Le persone invece reagiscono al loro pubblico. Le persone incominciano a diventare *Camp*ing: Mae West, Beatrice Lillie, La Lupe, Tallulah Bankhead in *Lifeboat* [*I prigionieri dell'oceano*, A. Hitchcock, 1943], Bette Davis in *All About Eve*. (E possono anche arrivare a *Camp* senza rendersene conto. Si pensi a come Fellini ha portato Anita Ekberg a parodiare se stessa in *La dolce vita*).

22. Visto in termini un po' meno rigorosi, *Camp* è completamente ingenuo o è totalmente consapevole (quando si gioca a essere *campy*). Esempio della seconda categoria: gli stessi epigrammi di Wilde.

> "È assurdo dividere le persone in buone e cattive. Le persone sono simpatiche e noiose".
> *Lady Windermere's Fan*

23. Nel *Camp* ingenuo, o puro, è elemento essenziale la serietà, una serietà che fallisce al suo scopo. Naturalmente la serietà fallita non sempre può essere redenta come *Camp*, ma soltanto quando presenta una giusta miscela di eccesso, fantasia, passione e ingenuità.

24. Quando qualcosa è soltanto brutto (anziché *Camp*), lo è perché ha ambizioni troppo mediocri. L'artista non ha tentato di far nulla che fosse veramente bizzarro. ("È troppo", "È troppo fantastico", "Non ci si può credere" sono espressioni tipiche dell'entusiasmo *Camp*).

25. Carattere distintivo di *Camp* è lo spirito della stravaganza. È *Camp* una donna che passeggia con un vestito fatto di tre milioni di piume. Sono *Camp* i quadri di Carlo Crivelli, con i gioielli autentici, gli insetti *trompe-l'oeil* e le fessure nei muri. È *Camp* lo scandaloso estetismo dei sei film americani di Sternberg con la Dietrich, e in particolare dell'ultimo, *The Devil Is a Woman* [*Capriccio spagnolo*, 1935]. In *Camp* c'è spesso qualcosa di démésuré anche nelle intenzioni, e non soltanto nello stile dell'opera. Gli sgargianti e magnifici edifici di Gaudí a Barcellona sono *Camp* non solo per il loro stile, ma perché rivelano - con particolare evidenza nella Chiesa della Sagrada Familia - l'ambizione di un uomo di fare da solo ciò che per essere realizzato richiederebbe gli sforzi di tutta una generazione, di un'intera cultura.

26. È *Camp* l'arte che si presenta seriamente, ma non può essere presa del tutto sul serio perché è "troppo". *Tito Andronico*, oppure *Strange Interlude* di O'Neill sono quasi *Camp* o come tali potrebbero essere recitati. La personalità pubblica e la retorica di De Gaulle spesso sono puro *Camp*.

27. Un'opera può avvicinarsi ad essere *Camp*, ma non diventarlo perché è riuscita. I film di Ejzenstejn sono raramente *Camp* perché, nonostante tutti gli eccessi, sono resi (drammaticamente) senza elementi superflui. Se fossero un po' più "spinti", potrebbero essere del grande *Camp*, particolarmente la prima e la seconda parte di *Ivan Groznij* [*Ivan il Terribile*, 1944]. Lo stesso discorso vale per i disegni e i quadri di Blake, per quanto sconcertanti e manieristici. Essi non sono *Camp*, mentre lo è l'Art Nouveau che di Blake ha subito l'influenza.

Ciò che è stravagante in modo incoerente o spassionato non è *Camp*. E non può esserlo neanche ciò che non dà l'impressione di sgorgare da una sensibilità incontenibile e praticamente incontrollata. Senza la passione abbiamo lo pseudo-*Camp*; che è puramente decorativo, privo di rischi, in una parola, chic. Sul deserto margine di *Camp* giacciono parecchie cose attraenti: le levigate fantasie di Dalí, il preziosismo da haute couture di *La fille aux jeux d'or* [*La ragazza dagli occhi d'oro*, 1961] di Albicocco. Ma non bisogna confondere *Camp* e preziosismo.

28. Ancora. *Camp* è il tentativo di fare qualcosa di straordinario, Straordinario, spesso, nel senso di speciale, di ammaliante (la linea curva, il gesto stravagante), non soltanto con riferimento allo sforzo. Gli oggetti "incredibili ma veri" di Ripley sono raramente *campy*. Sono infatti stranezze naturali (come il gallo con due teste o la melanzana a forma di croce) o i prodotti di immense fatiche (l'uomo che è andato fino in Cina camminando sulle mani, la donna che ha inciso l'intero Nuovo Testamento sulla capocchia di uno spillo) e mancano del potere visivo - del glamour, della teatralità - che fa classificare *Camp* certe stravaganze.

29. La ragione per cui un film come *On the Beach* [*L'ultima spiaggia*, S. Kramer 1959] o romanzi come *Winseburg* e *Ohio* sono brutti al punto da essere ridicoli, ma non al punto da essere divertenti, è che sono troppo velleitari e pretenziosi. Mancano di fantasia. C'è *Camp* in brutti film come *The Prodigal Son* [*Il figliol prodigo*, R. Thorpe 1955] e *Samson and Delilah* [*Sansone e Dalila*, C. B. De Mille 1949], nella serie dei grandi spettacoli italiani a colori imperniati sul supereroe Maciste e in numerosi film di fantascienza giapponesi (come *Rodan*, *Chikyu Boeigun*, *Gli uomini H*), perché, nonostante la

loro relativa volgarità e mancanza di pretese, sono più eccessivi e irresponsabili nello sfoggio della fantasia, e quindi commoventi e decisamente divertenti.

30. Naturalmente il canone di *Camp* può cambiare. Dipende moltissimo dal tempo, che può valorizzare ciò che oggi ci sembra puramente velleitario o privo di fantasia perché troppo vicino a noi, perché assomiglia troppo alle nostre fantasie quotidiane per permetterci di scorgerne la natura fantastica. Siamo meglio in grado di godere una fantasia come fantasia quando non è la nostra.

31. È per questo che tanti oggetti apprezzati dal gusto *Camp* sono antiquati, scaduti, *démodés*. Non c'è un amore per il vecchio in quanto vecchio. Ma è un fatto che il processo d'invecchiamento, di deterioramento crea il necessario distacco, o suscita una necessaria simpatia. Quando il tema è importante, e contemporaneo, il fallimento di un'opera d'arte può farci indignare. Ma il tempo può cambiare la situazione, Il tempo libera l'opera d'arte del suo peso morale e la consegna alla sensibilità *Camp*... Altro effetto del tempo è quello di restringere l'area della banalità (la banalità, a rigor di termini, è sempre una categoria del contemporaneo). Ciò che era banale può, col trascorrere del tempo, diventare fantastico. Molte persone che ascoltano con piacere lo stile di Rudy Vallee esumato dal complessino inglese dei *The Temperance Seven* si sarebbero trovate molto a disagio quando Rudy Vallee furoreggiava.

Insomma le cose sono *campy* non quando diventano vecchie, ma quando noi siamo meno coinvolti in esse e possiamo goderci il fallimento del tentativo invece di sentircene frustrati. Gli effetti del tempo sono però imprevedibili. Forse la recitazione secondo il "metodo" (James Dean, Rod Steiger, Warren Beatty) apparirà un giorno *Camp*, come oggi quella di Ruby Keeler o di Sarah Bernhardt, nei film interpretati alla fine della sua carriera. E forse no.

32. *Camp* è la glorificazione del "personaggio". Ciò che esso dice non ha importanza, se non, naturalmente, per la persona (Loie Fuller, Gaudí, Cecil B. De Mille, Crivelli, De Gaulle) che lo dice. Ciò che l'occhio *Camp* apprezza è l'unità, la forza della persona. In ogni mossa che fa, l'ormai anziana Martha Graham è sempre Martha Graham... Ciò appare con chiarezza dal grande idolo serio del gusto *Camp*. L'incapacità (o almeno la mancanza di profondità) della Garbo come attrice accentua la sua bellezza. La Garbo è sempre se stessa.

33. Ciò a cui il gusto *Camp* reagisce è il "personaggio immediatamente dato" (il che, naturalmente, è molto settecentesco); e viceversa ciò che proprio non lo eccita è lo sviluppo del personaggio stesso. Il personaggio è inteso come una condizione di incandescenza permanente: una persona che è una cosa sola, molto intensamente. Questo atteggiamento di fronte al personaggio è un elemento fondamentale di quella teatralizzazione dell'esperienza che si esprime nella sensibilità *Camp*. E aiuta a spiegare il fatto che l'opera e il balletto sono considerate inesauribili riserve di *Camp*, perché nessuna di queste forme può rendere facilmente giustizia alla complessità della natura umana. Dove esiste evoluzione del personaggio, l'elemento *Camp* diminuisce. Tra le opere, per esempio, la Traviata (dove esiste una piccola evoluzione dei personaggi) è meno *campy* del Trovatore (dove non ce n'è per niente).

> "La vita è una cosa troppo importante perché si possa parlarne sul serio".
> *Vera or the Nihilists*

34. Il gusto *Camp* rifiuta la distinzione tra bello e brutto tipica del normale giudizio estetico. Non capovolge le cose. Non sostiene che il bello sia brutto o viceversa. Si limita a offrire all'arte (e alla vita) un insieme di criteri di giudizio diversi, e complementari.

35. Di solito valutiamo un'opera d'arte sulla base della serietà e della dignità che riesce a raggiungere. L'apprezziamo perché è riuscita ad essere ciò che è, e presumibil-

mente ad attuare le intenzioni che le stanno dietro. Supponiamo cioè un giusto rapporto, cioè un rapporto diretto, tra l'intenzione e l'esecuzione. Sulla base di questi criteri apprezziamo l'*Iliade*, le commedie di Aristofane, *L'arte della fuga*, *Middlemarch*, i quadri di Rembrandt, le liriche di Donne, i quartetti di Beethoven e – tra gli individui – Socrate, Gesù, San Francesco, Napoleone e Savonarola. Insomma il pantheon dell'alta cultura; verità, bellezza e serietà.

36. Ma esistono altre sensibilità creative oltre alla serietà (tragica o comica) dell'alta cultura e del modo più elevato di valutare le persone. E si bara con se stessi, come esseri umani, se si rispetta soltanto lo stile dell'alta cultura, qualunque cosa si possa fare o pensare di nascosto. C'è per esempio un tipo di serietà il cui carattere distintivo è l'angoscia, la crudeltà, l'alienazione. Per essa accettiamo una disparità tra intenzioni e risultati. Sto parlando ovviamente di uno stile di esistenza personale oltre che artistico, ma è meglio cercare esempi nell'arte.

Si pensi a Bosch, Sade, Rimbaud, Jarry, Kafka, Artaud, si pensi a quasi tutte le opere importanti dell'arte novecentesca, il cui fine non è di creare armonie, ma di sforzare al massimo il medium di introdurre temi sempre più violenti e insolubili. Questa sensibilità insiste anche sul principio che è ormai impossibile l'oeuvre nel vecchio senso della parola (sempre nell'arte, ma anche nella vita). Sono possibili soltanto dei "frammenti"... È chiaro che per queste opere valgono criteri di valutazione diversi. da quelli applicati all'alta cultura tradizionale.

Una cosa vale non per ciò che realizza, ma perché rivela un altro tipo di verità sulla situazione umana, un'altra esperienza di ciò che è umano, insomma un'altra sensibilità valida.

Camp è la terza delle grandi sensibilità creative: la sensibilità per la serietà non raggiunta, per la teatralizzazione dell'esperienza. *Camp* rifiuta le armonie della serietà tradizionale come il rischio di identificarsi completamente con stati sentimentali estremi.

37. La prima sensibilità, quella dell'alta cultura, è fondamentalmente moralistica. La seconda, quella delle sensazioni estreme, rappresentata da tanta arte contemporanea di "avanguardia", acquista forza da una tensione tra passione morale e passione estetica. La terza, *Camp*, è totalmente estetica.

38. *Camp* è un'esperienza coerentemente estetica del mondo. Rappresenta la vittoria dello "stile" sul "contenuto", dell'"estetica" sulla "morale", dell'ironia sulla tragedia.

39. *Camp* è l'antitesi della tragedia. C'è serietà in *Camp* (nel grado di partecipazione dell'artista) e spesso c'è anche pathos. Anche lo straziante è tra le tonalità di *Camp*; ed è proprio quanto c'è di straziante in tante opere di Henry James (per esempio *The Europeans*, *The Awkward Age*, *The Wings of the Dove*) a determinarvi la presenza di cospicui elementi *Camp*. Ma non c'è mai, assolutamente mai, tragedia.

40. Lo stile è tutto. Le idee di Genêt, per esempio, sono molto *Camp*. La sua affermazione che "il solo criterio per giudicare un'azione è la sua eleganza"[3] è praticamente intercambiabile con questa di Oscar Wilde: "Nelle questioni di grande importanza l'elemento vitale non è la sincerità ma lo stile". Ma ciò che conta, in fin dei conti, è lo stile in cui le idee sono presentate.

I discorsi sulla politica e la morale, per esempio, del *Lady Windermere's Fan* e di *Major Barbara* sono *Camp*, ma non soltanto per la natura delle idee in se stesse. È *Camp* il fatto che queste idee siano esposte in un certo modo scherzoso. Le idee *Camp* di *Notre Dame des Fleurs* di Genêt sono invece sostenute in modo troppo accanito, e la scrittura stessa è troppo felicemente seria ed elevata, perché i libri di Genêt possano essere definiti *Camp*.

---

[3] In *Saint Genêt comédien et martyr*, Sartre commenta: "L'eleganza è quella qualità del comportamento che trasforma la massima quantità di essere in apparire".

41. L'essenza di *Camp* è di detronizzare la serietà. *Camp* è scherzoso, antiserio. Più precisamente, implica un nuovo rapporto, più complesso, con "la serietà". Si può essere seri sulle cose frivole e frivoli su quelle serie.

42. Si è attratti da *Camp* quando ci si rende conto che "la sincerità non basta. La sincerità può essere soltanto filisteismo, limitatezza intellettuale".

43. I mezzi tradizionali di superamento della serietà - l'ironia, la satira - oggi sembrano deboli, inadeguati al medium culturalmente sovraccarico nel quale s'addestra la sensibilità contemporanea. *Camp* introduce un nuovo criterio di valutazione: l'artificio come ideale, la teatralità.

44. *Camp* propone una visione comica del mondo. Non però una commedia amara o polemica. Se la tragedia è un'esperienza di super-partecipazione, la commedia è un'esperienza di sub-partecipazione, di distacco.

> "Adoro i piaceri semplici; sono l'utimo rifugio della complessità".
> *A Woman of No Importance*

45. Il distacco è prerogativa di un'élite; e come il dandy era nell'Ottocento il surrogato dell'aristocratico nelle faccende della cultura, così *Camp* è il dandysmo contemporaneo. È una soluzione al problema di come essere dandy nell'epoca della cultura di massa.

46. Il dandy era super-raffinato. Il suo atteggiamento era il disprezzo, oppure l'ennui. Cercava sensazioni rare, non ancora profanate dal gradimento delle masse. (Modelli: Des Esseintes in *À robours* di Huysmans, *Mario l'epicureo*, *Monsieur Teste* di Valéry). Era ligio al "buon gusto". L'intenditore di *Camp* ha scoperto piaceri più ingegnosi. Non nella poesia latina, nei vini pregiati o nelle giacche di velluto, ma nei piaceri più rozzi e più comuni, nelle arti di massa. L'uso non è sufficiente a profanare gli oggetti del suo piacere perché egli impara a possederli in modo insolito. *Camp* - il dandysmo dell'era della cultura di massa - non fa distinzione tra l'oggetto unico e quello prodotto in serie. Il gusto *Camp* supera la nausea della ripetizione.

47. Lo stesso Wilde è una figura di transizione. L'uomo che, quando venne per la prima volta a Londra, sfoggiava un berretto di velluto, camicie di pizzo, calzoni alla zuava di velluto a coste e calze di seta nera, non riuscì mai a staccarsi dai piaceri del dandy vecchio stile, e questo conservatorismo si riflette in *The Picture of Dorian Gray*. Ma molti suoi atteggiamenti annunciano qualcosa di più moderno.

Fu Wilde a formulare un elemento importante della sensibilità *Camp* - l'equivalenza di tutti gli oggetti - quando annunciò l'intenzione di "vivere all'altezza" della sua porcellana bianca e azzurra o affermò che un pomello di porta poteva essere ammirevole quanto un quadro. Nel proclamare l'importanza della cravatta, dell'occhiello o della poltrona, Wilde preannunciava l'*esprit* democratico di *Camp*.

48. Il dandy vecchio stile odiava la volgarità. Il dandy nuova maniera, l'appassionato di *Camp*, l'apprezza. Mentre il dandy era perennemente offeso o seccato, l'intenditore di *Camp* è continuamente rallegrato e divertito. Il dandy teneva un fazzoletto profumato alle narici ed era soggetto agli svenimenti; l'intenditore di *Camp* annusa il fetore e si vanta di avere uno stomaco forte.

49. È naturalmente un'impresa volontaristica, stimolata, in ultima analisi, dalla minaccia della noia. Non si insisterà mai abbastanza sul rapporto tra noia e gusto *Camp*. Il gusto *Camp* è per definizione possibile solo in società opulente, in società o circoli capaci di sperimentare la psicopatologia dell'opulenza.

> "Ciò che c'è di anormale nella vita è in normale rapporto con l'arte. È la sola cosa nella vita che sia in normale rapporto con l'arte".
> *A Few Maxims for the Instruction of the Over-Educated*

50. L'aristocrazia è una posizione di fronte alla cultura (nonché di fronte al potere), e la storia de gusto *Camp* è in parte la storia del gusto snobistico Ma poiché oggi non esistono più autentici aristocratici nel vecchio senso della parola capaci di patrocinare gusti particolari, chi è il portatore di questo gusto? Risposta: una classe improvvisata, autoelettasi, composta principalmente di omosessuali che si proclamano aristocratici del gusto.

51. Bisogna spiegare il particolare rapporto tra il gusto *Camp* e l'omosessualità. Non è vero che il gusto *Camp* sia gusto omosessuale, ma tra i due esiste senza dubbio una singolare affinità e molti punti in comune. Non tutti i radicali sono ebrei, ma gli ebrei hanno sempre mostrato una singolare inclinazione per le cause progressiste e riformiste. Analogamente non tutti gli omosessuali hanno gusto *Camp*, ma gli omosessuali, in genere, costituiscono l'avanguardia – e il pubblico più articolato – di *Camp*. (L'analogia non è dettata da ragioni frivole. Ebrei e omosessuali sono le principali minoranze creative della cultura urbana contemporanea. Creative nel senso più vero del termine: sono creatori di sensibilità. Le due forze pionieristiche della sensibilità moderna sono la serietà morale degli ebrei e l'estetismo e l'ironia degli omosessuali).

52. Anche la ragione della fioritura di un atteggiamento aristocratico tra gli omosessuali richiama il caso degli ebrei. Ogni sensibilità è infatti al servizio del gruppo che la promuove. Il progressismo degli ebrei è un gesto di autolegittimazione. Cosi il gusto *Camp*, che ha certamente in sé qualcosa di propagandistico. Naturalmente la propaganda agisce esattamente nella direzione opposta. Gli ebrei puntavano le loro speranze di integrarsi nella società moderna sui progressi del senso morale; gli omosessuali puntano le loro sui progressi del senso estetico. *Camp* è un solvente della morale. Neutralizza lo sdegno moralistico e favorisce un atteggiamento di gioco.

53. Tuttavia, anche se gli omosessuali sono stati la sua avanguardia, il gusto *Camp* è molto più del gusto omosessuale. Ovviamente la metafora della vita come teatro è particolarmente adatta a giustificare e proiettare un certo aspetto della situazione omosessuale. (L'insistenza *Camp* sul non essere "seri", sul giocare, ha anche un certo rapporto con il desiderio dell'omosessuale di rimanere giovanile). S'intuisce tuttavia che se gli omosessuali non avessero più o meno inventato *Camp*, ci avrebbe pensato qualcun altro. Perché l'atteggiamento aristocratico nei confronti della cultura non può morire, anche se può sopravvivere solo in modi sempre più arbitrari e ingegnosi. *Camp* è (ripetiamo) il rapporto con lo stile in un'epoca in cui l'adozione dello stile – in quanto tale – è divenuta del tutto discutibile. (Nell'era moderna, ogni nuovo stile che non fosse francamente anacronistico è entrato in scena come antistile).

> "Bisogna avere un cuore di pietra per leggere la morte di Little Nell senza ridere".
> *In conversatione*

54. Le esperienze di *Camp* si basano sulla grande scoperta che la sensibilità dell'alta cultura non ha il monopolio della raffinatezza. *Camp* afferma che il buon gusto non è soltanto buon gusto, che esiste anzi un buon gusto del cattivo gusto. (Ne parla Genêt in *Notre Dame des Fleurs*). La scoperta del buon gusto del cattivo gusto può essere molto liberatoria. Chi insiste sui piaceri seri ed elevati si priva del piacere; limita continuamente ciò di cui può godere; esercitando costantemente il proprio buon gusto finirà, per così dire, con l'attribuire a se stesso un prezzo talmente alto da escludersi dal mercato. A questo punto il gusto *Camp* si affianca al buon gusto come edonismo audace e spiritoso. Rende allegro l'uomo di buon gusto, che prima correva il rischio di essere cronicamente frustrato. Fa bene alla digestione.

55. Il gusto *Camp* è soprattutto un modo di godere, di gustare, non di giudicare. *Camp* è generoso. Vuole gioire. Solo apparentemente è malizioso e cinico. (O, se è cinico, il suo non è un cinismo spietato, ma dolce). Il gusto *Camp* non sostiene che sia di cattivo gusto essere seri; non deride chi riesce a essere seriamente drammatico. Si limita a riconoscere una riuscita in certi fallimenti appassionati.

56. Il gusto *Camp* è una forma d'amore, amore per la natura umana. Assapora, anziché giudicarli, i piccoli trionfi e le goffe intensità del "personaggio"... Il gusto *Camp* s'identifica con ciò di cui gode. Coloro che partecipano di questa sensibilità non ridono delle cose che definiscono *Camp* ma le gustano. *Camp* è un sentimento "tenero". (A questo punto si potrebbe paragonare *Camp* a tanta Pop Art che - quando non è soltanto *Camp*, implica un atteggiamento affine ma molto diverso. La Pop Art è più piatta, più asciutta, più seria, più distaccata: alla fin fine è nichilista).

57. Il gusto *Camp* si nutre dell'amore entrato in certi oggetti e in certi stili personali. È la mancanza di questo amore che impedisce a certi prodotti *kitsch* come *Peyton Place* (il libro) o il Tishman Building di New York di essere *Camp*.

58. L'estrema dichiarazione *Camp*: è bello *perché* è orribile... Naturalmente non lo si può dire sempre. Soltanto a certe condizioni: quelle che ho cercato di indicare in questi appunti.